



## Stratégie

# Inès de la Fressange endosse le rôle d'ambassadrice du chic parisien

*Relancée en 2015, la marque de l'ex-mannequin accélère à l'international.*

L'ex-mannequin Inès de La Fressange part à la conquête de la Chine. Début février, la marque a conclu un accord avec Meici.com, un des premiers sites chinois d'e-commerce du luxe créé en 2008 par Jeffrey Wang. Ce titulaire d'un MBA de l'International Fashion Academy, à Paris, a déjà accroché des produits Dior, Cartier ou Paul Smith à sa vitrine digitale. Il s'est laissé séduire par la petite marque chic dont l'ancienne égérie de Chanel est la directrice artistique et l'ambassadrice. « Inès de la Fressange veut rendre accessible aux femmes du monde entier le plus authentique style parisien, souligne Fabrice Boé, le directeur général, passé par L'Oréal et Hermès. *L'année 2018 sera celle d'une forte croissance internationale.* » L'objectif est de porter de 13 à 20 le nombre de pays d'implantation. Après des années d'embrouilles judiciaires où l'ancien mannequin, devenu femme d'affaires, avait perdu le droit d'utiliser son propre nom, c'est une résurrection.

### Succès de librairie

« *Cela tient un peu du miracle*, reconnaît l'intéressée, qui présentait le 28 février sa collection d'automne. *C'est Fabrice qui a fait le tour de table.* » Rachetée en 2013, la marque a été relancée à l'été 2015, avec l'ouverture d'une boutique de prêt-à-porter, souliers et maroquinerie à Paris, et d'un site d'e-commerce. Entre-temps, Inès de La Fressange avait connu un succès planétaire avec son livre, *La Parisienne*. Un fil conducteur dont la marque ne dévierait plus. Avec une vingtaine de personnes au siège, un studio et un atelier, elle a « *multiplié son chiffre d'affaires par dix depuis sa reprise* », indique Fabrice Boé. La société pourrait frôler les 10 millions d'euros de ventes en 2018, au travers de ses trois activités : ses propres collections, auxquelles s'ajoutent des accords de licence et des collaborations ponctuelles, comme la marinière conçue pour Petit Bateau ou les deux collections capsules annuelles pour Uniqlo. Et demain, peut-être, un parfum.

Anne-Marie Rocco



Photos : SJP

### LES INVESTISSEURS

**70% d'individuels**  
Christophe Chenu, Christophe Cuvillier, Geoffroy Roux de Bézieux, Gonzague de Blighnières, Didier Quillot, Eric Vallat, Fabien Pierlot.

**30% de fonds**  
Calao Finance, The Luxury Fund (Dubai).

△ Inès de la Fressange dans sa boutique de la rue de Grenelle, à Paris. Le symbole de la renaissance de la marque.



△ Un vélo Gitane aux couleurs d'Inès de la Fressange. Dernier-né des partenariats de la marque, son lancement, en avril, démarrera par trois semaines d'exclusivité au BHV.



△ La Parisienne. Le livre de l'ex-mannequin a été vendu à plus d'1 million d'exemplaires et traduit en 17 langues.



◁ Les lunettes. C'est la société française Globex qui produit les paires griffées Inès de La Fressange.